CONECTIVIDADE CONTÍNUA E ACESSO MÓVEL À INFORMAÇÃO DIGITAL

*Brasilina Passarelli**
*Alan César Belo Angeluci***

RESUMO No contexto do contemporâneo hiperconectado, a literatura aponta que os jovens tendem a se informar, se educar, se divertir e se relacionar mediados pelas mídias móveis digitais. Com o objetivo de discutir como a recente migração de uso de mídias baseadas em ambiente de computador *desktop* para dispositivos móveis está relacionada com a intensidade de uso e apropriação de informações digitais, este estudo se debruça sobre um conjunto de dados quantitativos coletados através de um *survey* focado em estudantes do ensino fundamental e médio residentes em São Caetano do Sul, região metropolitana de São Paulo (Brasil), pertencentes a diferentes estratos sociais. Os resultados indicam que a renda influencia nos processos de posse, bem como na intensidade do uso de aplicativos de imagens, como Snapchat e Instagram, notadamente maior nas classes altas. No caso de plataformas educacionais, a renda influencia no menor uso para as classes baixas. Os jovens das classes baixas também buscam soluções alternativas para se conectar à Internet, como, por exemplo, descobrindo senhas de redes fechadas ou buscando áreas de conectividade gratuita.

Palavras-chave: Jovens brasileiros. Acesso móvel. Consumo de informação digital.

* Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, Brasil. Docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de São Paulo, Brasil. E-mail: linapassarelli2@gmail.com.

** Doutor em Engenharia Elétrica pela Universidade de São Paulo, Brasil. Docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Educação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Brasil. E-mail: aangeluci@gmail.com.

1 INTRODUÇÃO

O contemporâneo hiperconectado composto pelo crescimento exponencial da Internet das Coisas, do *Big Data* e da inteligência artificial constitui uma nova centralidade em torno do qual emerge e urge a reconfiguração das relações sociais e suas estruturas de poder. Considerando-se uma cultura do *remix* cada vez mais presente, uma nova ordem e novos protocolos precisam ser coletivamente desenvolvidos e implementados para dar conta das mediações cada vez mais complexas dos atores em rede e suas interfaces.

As redes sociais e as plataformas digitais contemporâneas têm instaurado um novo ecossistema de relações e interações humanas e de interfaces inteligentes, alterando profundamente a apropriação e produção do conhecimento em relação aos métodos tradicionais. Na esteira dessa reflexão, mapear os novos hábitos e comportamentos dos jovens em rede constitui, portanto, o foco desta pesquisa.

Um fenômeno contemporâneo que reflete esses novos hábitos e comportamentos refere-se ao deslocamento de mídias digitais: jovens que usam a Internet para suas atividades diárias têm recentemente migrado de plataformas baseadas em ambiente *desktop*, nominalmente os computadores pessoais, para dispositivos móveis com uso individual e telas menores, como *tablets* e *smartphones*. Muitas razões para essa migração de mídias podem ser apontadas, mas, entre as principais delas, está a formação de comunidades *on-line* mais individualizadas e de nicho, onde eles encontraram formas de se expressar de

acordo com o perfil do público com o qual se identificam.

As novas gerações estão mais propensas a se informar, se entreter, se relacionar e trabalhar com base na mediação das novas plataformas móveis, diferentemente de gerações anteriores que, apesar de também fazerem o uso dos *smartphones* e *tablets*, possuem um repertório mais amplo de uso de mídias mais tradicionais e optam, por vezes, por outros tipos de mediação tecnológica. No Brasil, os relatórios da pesquisa TIC Educação 2016 e TIC Kids Online Brasil (CGI.br, 2016) mostram que 77% dos alunos do ensino fundamental e médio usam o celular como principal fonte de acesso à Internet. Ainda segundo a entidade, do total de crianças e adolescentes usuários de Internet no país, 37% usam a rede apenas pelo telefone celular. Os aparelhos celulares assumiram um papel fundamental no acesso à Internet nos domicílios brasileiros, estando presente em 63,6% dos lares brasileiros e sendo usados por 94,8% dessas residências para se conectar à rede (IBGE, 2017).

A teoria da gratificação, que trata dos usos e gratificações, amplamente utilizada por autores que observam o fenômeno das mídias móveis (LEUNG E WEI, 2000; GRELLHESL E PUNYANUNT-CARTER, 2012; CHUA et al 2012), centra-se na discussão sobre as motivações pelas quais as pessoas usam as mídias, e que geralmente estão relacionadas à satisfação de determinadas necessidades e ampliação do conhecimento, de momentos de relaxamento, interação/companhia social, diversão e fugas. Devido à natureza de mobilidade das mídias móveis, os usos e gratificações relacionados a elas normalmente se referem à questões de (1) afeição e sociabilidade, (2) entretenimento, (3) instrumentalização, (4) afirmação psicológica, (5) moda/status, (6) mobilidade e (7) acesso imediato, entre outros.

Os estudos de Newell et al. (2008) descrevem aspectos sobre a teoria do deslocamento da mídia. Em seus trabalhos, discutem-se aspectos sobre como os indivíduos consomem novas mídias em detrimento das mídias tradicionais. Já Kayany e Yelsma (2000) mostram que a intensidade desse deslocamento tem influências significativas com relação ao gênero e à geração analisada. De fato, aspectos sobre renda, classes sociais e gêneros na produção e consumo de informação digital são variáveis diversas em cenários de usos e apropriações. Isso fica evidente em pesquisas de caráter nacional netnográficas envolvendo análise de dados quantitativos e qualitativos junto a esse público (PASSARELLI e JUNQUEIRA, 2012; PASSARELLI et al, 2014a; PASSARELLI et al, 2014b; PASSARELLI e JUNQUEIRA, 2014; ANGELUCI e HUANG, 2015; CGI.br, 2016).

Diante desse cenário, este estudo, de caráter quantitativo, teve como objetivo discutir como a recente migração de uso de mídias baseadas em ambiente *desktop* para mídias móveis está relacionada com a intensidade de uso e apropriação de conteúdos digitais informativos, recreativos, relacionais e de trabalho por parte de jovens brasileiros pertencentes a diferentes grupos de estratos sociais. Referenciou-se em um arcabouço teórico-conceitual sobre comunicação móvel e em pesquisas baseadas em coletas de dados centrados no uso de Internet, dispositivos móveis e múltiplas telas por jovens no Brasil, detalhadas nas seções a seguir.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Hipótese da pesquisa – A centralidade dos *smartphones* e das mídias móveis no contemporâneo conectado acarreta questões a serem investigadas. Em pouco tempo, os indivíduos têm migrado massivamente dos computadores de mesa para plataformas móveis ao buscarem acesso às informações digitais. As teorias apresentadas anteriormente nos permitem, ao menos em parte, inferir algumas das principais motivações: busca por empoderamento e inclusão; por novas sociabilidades e afeições psicológicas; por práticas de entretenimento e acesso aos bens culturais. A hipótese desse estudo baseia-se na afirmação que a intensidade de uso e apropriação de conteúdos digitais atua como vetor central na migração de mídias baseadas em *desktop* para mídias móveis.

Materiais e métodos – Em *surveys* a ocorrência de dados categóricos é comum e métodos de análise específicos, como a análise de correspondência, são usados para revelar padrões existentes. Neste estudo, foi utilizada a metodologia de Análise de Correspondência Múltipla, definida como uma técnica de análise multivariada, adequada para dados categóricos, que permite analisar graficamente as relações existentes através da redução de

dimensionalidade do conjunto de dados, com o objetivo de determinar o grau de associação global entre suas linhas e colunas, indicando como as variáveis estão relacionadas. Com os gráficos produzidos, pode-se avaliar visualmente se as variáveis de interesse sugerem possíveis associações e como elas estão dispostas, ou seja, mais próximas ou mais afastadas do eixo de origem, de forma que os perfis de cada unidade possam ser avaliados (BENZÉCRI, 1992; BEH, 2002; GREENACRE, 1984; GREENACRE, 2007).

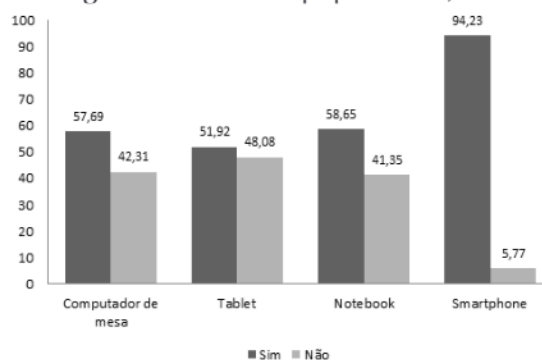
Na presente pesquisa, conduzida como pré-teste para calibragem do instrumento de coleta, foi definida uma amostra por conveniência. A estrutura das perguntas alternou-se entre perguntas do tipo tabela de matriz por perfil, por escala tipo *likert* e por múltiplas escolhas. Teorias e conceitos do campo de estudos sobre comunicação móvel foram utilizados como apoio teórico para as análises dos dados organizados em categorias. Participaram da coleta de dados 150 alunos de escolas públicas e privadas do ensino fundamental e médio, na cidade de São Caetano do Sul, região metropolitana de São Paulo, com idades entre 14 e 17 anos – considerados "jovens" no escopo da definição formulada pela Organização das Nações Unidas (ONU). No outono de 2016, o questionário foi disponibilizado aos respondentes de forma *online* via *Qualtrics*® por um período de três meses.

Foram coletados 104 questionários completos (N=104), sendo 44,2% do gênero feminino, 53,8% do masculino e 1,9% de outros gêneros. Com relação à renda, tomando por referência o salário mínimo base brasileiro de 2015 (R$788), 16,3% dos respondentes informaram que o ganho atual da família é de R$788; 18,2% entre R$789 e R$2.364; 24% entre R$2.365 e R$3.940; 25% entre R$3.941 e R$11,820; e 16,3% acima de R$11,821. Para fins deste estudo, considerou-se a nomenclatura de classes utilizada por Mazzon e Kamakura (2016) para classificar os dois estratos com menor renda como representantes da Classe Baixa (CB), somando um total de 34,5%; e os estratos com maior renda da Classe Alta (CA), representando um total de 41%. Todos os entrevistados confirmaram já ter acessado a Internet tanto em computadores *desktop* como em *smartphones* ao menos uma vez na vida.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

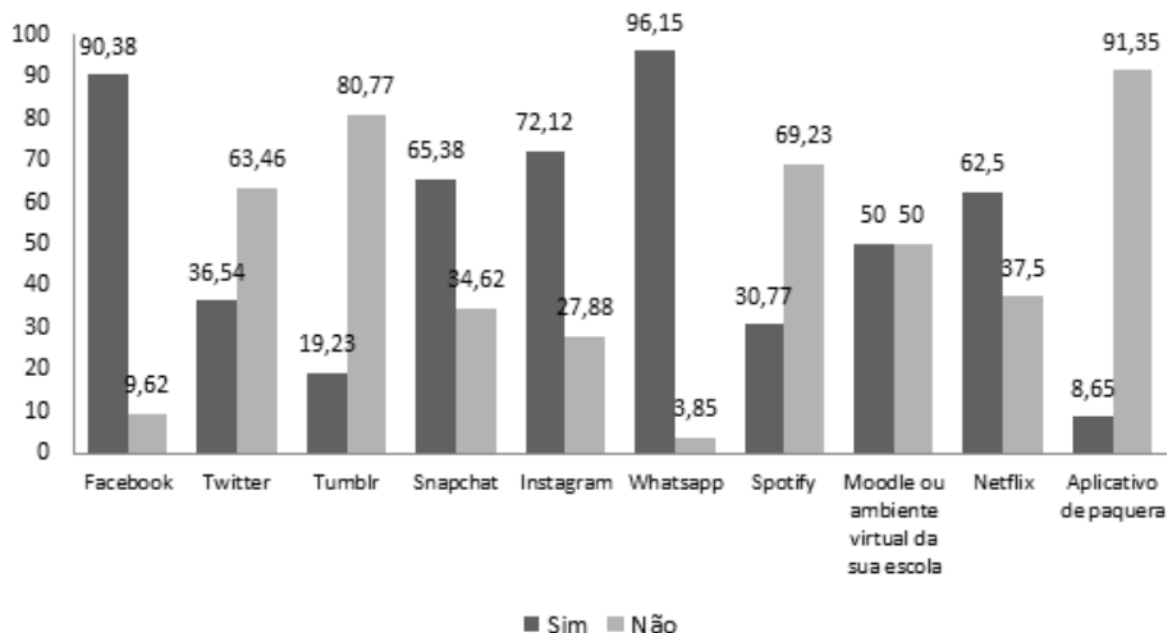
Posse – Segundo a pesquisa TIC Educação (CGI.br, 2010), em 2010, o tipo de computador existente nos domicílios de alunos na região Sudeste era 92% para computadores *desktop* e 17% para *notebooks*. Na mesma pesquisa, em sua edição de 2016, os números indicam uma queda significativa da predominância de computadores *desktops* nos lares dos alunos na região Sudeste (57%). Neste ponto vale uma primeira observação: com a obsolescência programada de computadores *desktop*, a taxa de substituição pelo mesmo equipamento apresentou queda expressiva, com indicação de preferência por investimento nas plataformas móveis. Os números da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad) reforçam o desinteresse por plataformas fixas ao apontar que, em 2016, 92,3% dos domicílios no país possuía ao menos um morador com aparelho celular (IBGE, 2016).

Essa mudança de padrão na posse de tecnologias fixas para tecnologias móveis ganha evidência com as respostas obtidas pelo *survey*. De acordo com a Pergunta 1 – "Dos equipamentos listados abaixo, indique aqueles que você possui ou não possui na data de HOJE" – os números indicam que os *smartphones* são parte do cotidiano de 94,23% (σ = 0,23; m = 1,06; v = 0,05) do grupo de alunos pesquisado (Figura 1). Para alunos da Classe Alta (CA), a posse é de 100%; respondentes da Classe Baixa (CB) também possuem alto índice – 83,33%. Em 2012, por exemplo, a posse de celulares entre jovens no Sudeste ainda ficava em torno de 74,5% (PASSARELLI e JUNQUEIRA, 2012). Esses dados confirmam a tese do contato perpétuo aventada no início dos anos 2000 por Katz e Aakhus (2004), que preconizava a tendência crescente de conectividade contínua entre jovens e que se tornou evidente na década seguinte.

Figura 1: Posse de equipamentos, em %

Fonte: Autores

Ferramentas – Com relação ao indicador de ferramentas, observa-se a predominância do *Facebook* (90,38%) e *Whatsapp* (96,15%), já extensivamente relatada na literatura. Destacam-se, porém, outros aplicativos detalhados a seguir.

Figura 2: Posse de ferramentas, em %

	Sim	Não
Facebook	90,38	9,62
Twitter	36,54	63,46
Tumblr	19,23	80,77
Snapchat	65,38	34,62
Instagram	72,12	27,88
Whatsapp	96,15	3,85
Spotify	30,77	69,23
Moodle ou ambiente virtual da sua escola	50	50
Netflix	62,5	37,5
Aplicativo de paquera	8,65	91,35

Fonte: Autores

A partir da Pergunta 2, "Das ferramentas listadas abaixo, indique aquelas que você possui ou não possui na data de HOJE", pode-se observar que os respondentes apresentam alto grau de frequência de uso de outras três ferramentas, além das duas já citadas anteriormente. Instagram aparece com penetração em pouco mais de 72% dos respondentes, seguida pelo Snapchat (65,38%) e Netflix (62,50%). Especificamente com relação às ferramentas predominantemente imagéticas, como Instagram e do Snapchat, Katz e Crocker comentam em seus estudos que o uso está relacionado **à prática do** *selfie* e da cultura da imagem, tornando-as linguagens de conversação lúdica com gramática e vocabulário próprios, um fenômeno essencialmente atual: "'*selfie* como conversação' constitui um grande passo em direção à comunicação visual dentro da cultura contemporânea" (Katz e Crocker, 2015, p. 1862. Tradução nossa).

Ao se observar as práticas relacionadas à produção, consumo e compartilhamento de conteúdos digitais no Facebook e Whatsapp, observa-se uma crescente implementação de algoritmos com vista à facilitação do uso de imagens nesses ambientes – como a ativação de recursos de *gifs* animados no Whatsapp ou do *stories* no Instagram, Facebook e Whatsapp. Vale observar, também, que diferentemente de jovens de outros países como os Estados Unidos, há baixo uso de Twitter e Tumblr no Brasil, que acabam se tornando ambientes alternativos e restritos a tribos específicas, como os *geeks*.

As Figuras 3 e 4 trazem dados importantes sobre apropriação de ferramentas por estratos sociais. Com relação ao Tumblr, nota-se o mais baixo uso por parte dos respondentes de CB, ao passo que entre os respondentes pertencentes à CA sua penetração é de quase 28%. Já o Snapchat revela-se um aplicativo com maior uso ligado às CAs: 81% dos usuários possuem a ferramenta contra cerca de 51% dos usuários de CB. Essa mesma tendência se repete com o Instagram e com o Netflix.

Outro aspecto importante relacionado ao estrato social diz respeito às preferências das classes menos favorecidas (CB): 88% dos usuários desconhecem plataformas de aprendizagem como *moodle* ou ambiente virtual da escola. Já os aplicativos de paquera são mais populares: 13% deles possuem aplicativos de namoro, contra cerca de 2% dos de CA.

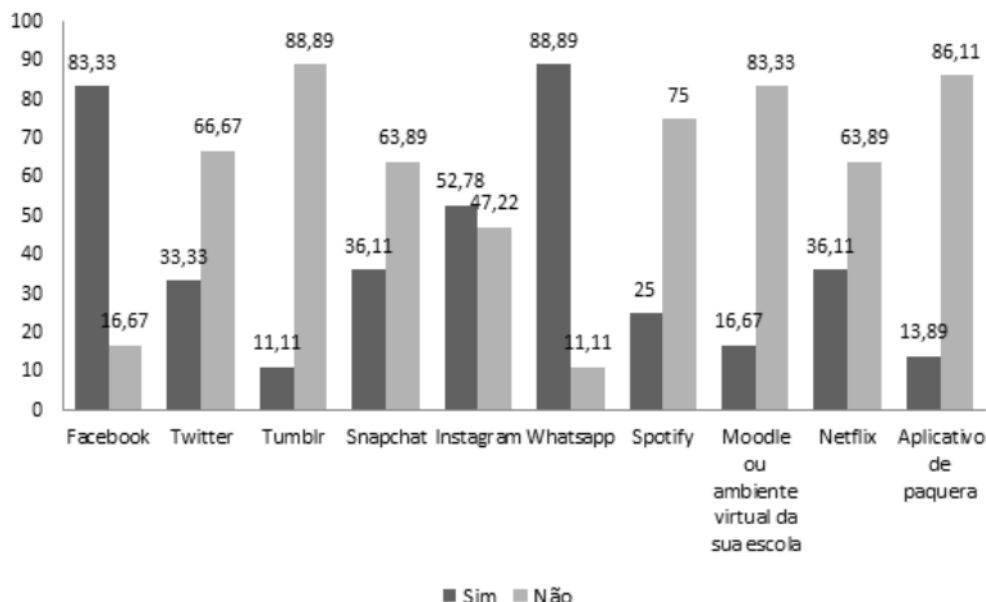
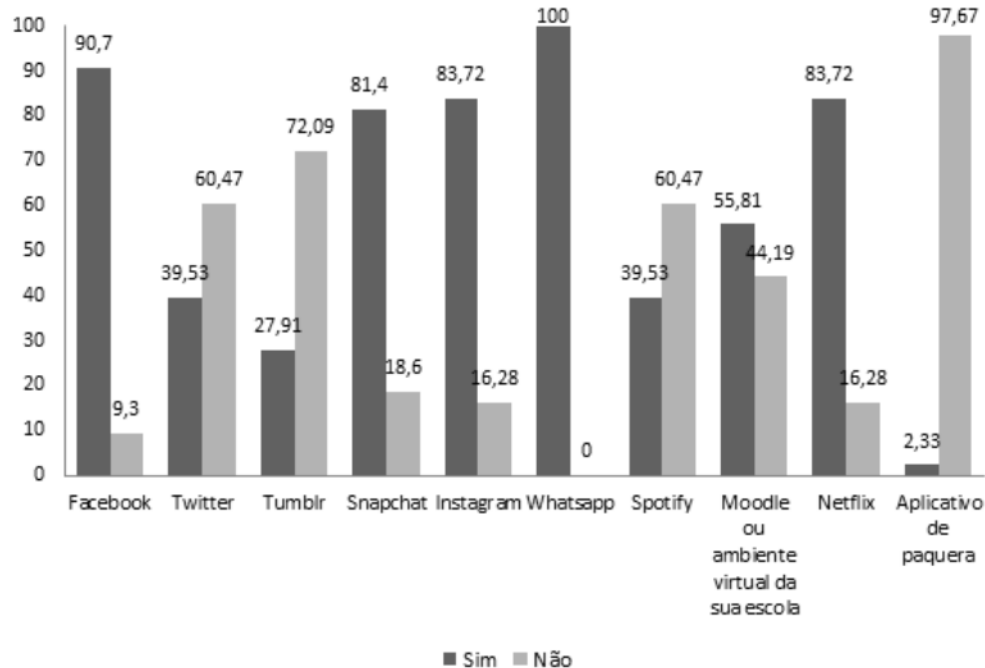
Figura 3: Posse de ferramentas por Classe Baixa, em %

Fonte: Autores

Figura 4: Posse de ferramentas por Classe Alta, em %

Fonte: Autores

Preferência – Com relação às perguntas 3 e 4 (“Q3 - Classifique sua preferência ao usar o seu computador de mesa para acessar conteúdos de”; “Q4 - Classifique sua preferência ao usar o seu smartphone ou tablet para acessar conteúdos de”), indicadas nas Figuras 5 e 6, nota-se que, para o conjunto total de respondentes, há uma predominância de muita preferência pelas plataformas móveis em relação ao *desktop* ao menos em três modalidades: relacionamento (67% contra 21%), diversão (67% contra 42%) e informação (29% contra 10%). Nas categorias informação e educação, registram-se significativas rejeições com relação ao uso do *desktop*.

À luz da teoria das gratificações, verificamos que “diversão” e “relacionamento” são categorias intrinsicamente ligadas à afeição, sociabilidade e entretenimento. A busca por maior satisfação nessas áreas e a melhor resposta dos dispositivos móveis nesse campo explica, ao menos em parte, a maior valoração das plataformas móveis em detrimento dos computadores *desktop* e o deslocamento desse perfil de público em direção à experiência móvel. Embora notadamente maior nos celulares, a gratificação dessa categoria também é alta no ambiente dos PCs. Os dados apontam que 59% dos respondentes tem muita e alguma preferência em ter atividades de diversão usando computadores pessoais. No entanto, observa-se que 82% dos respondentes tinham muita e alguma preferência de uso dos *smartphones* para atividades de diversão (jogar *games*, ouvir música, ver vídeos, ver séries, memes, gifs e blogs).

Já no caso do consumo de notícias (categoria informação), ressalta-se que a baixa preferência total pelo computador de mesa (mais de 55%) se comparada à alta preferência pelos *smartphones* (em torno de 63%) relaciona-se com a ideia de acesso imediato, referenciada nos estudos de gratificação.

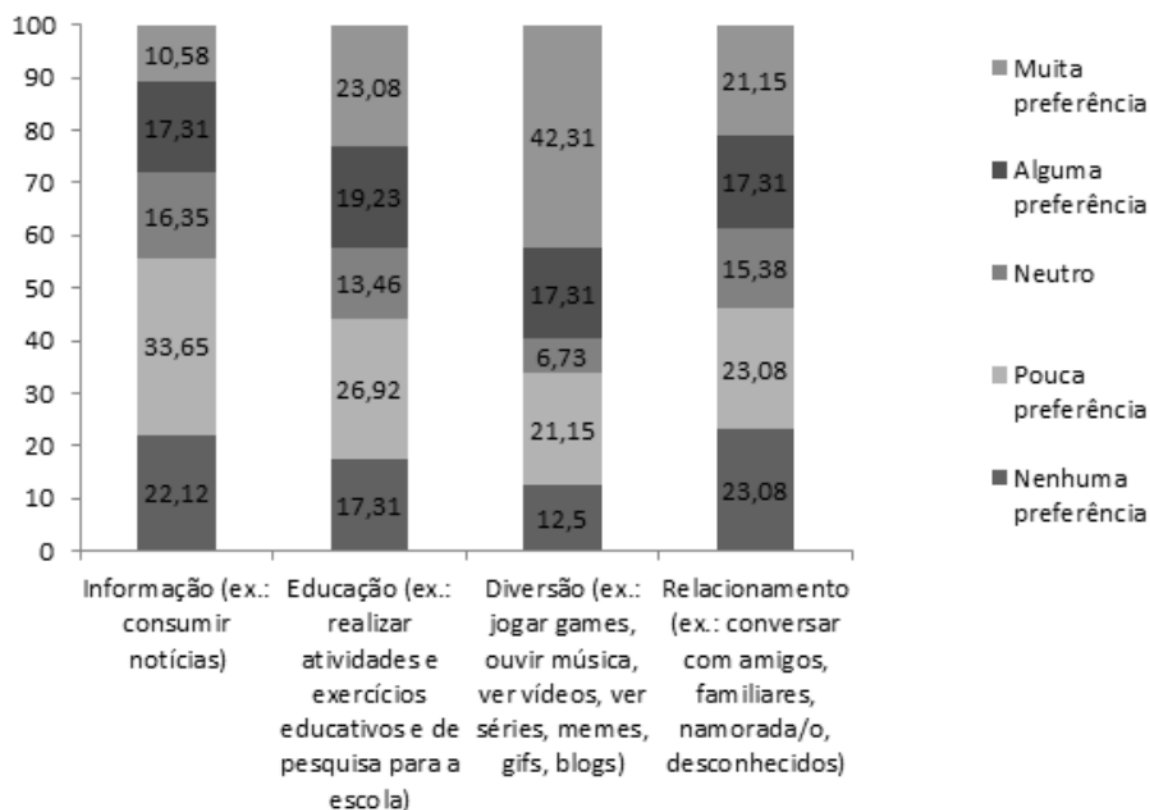
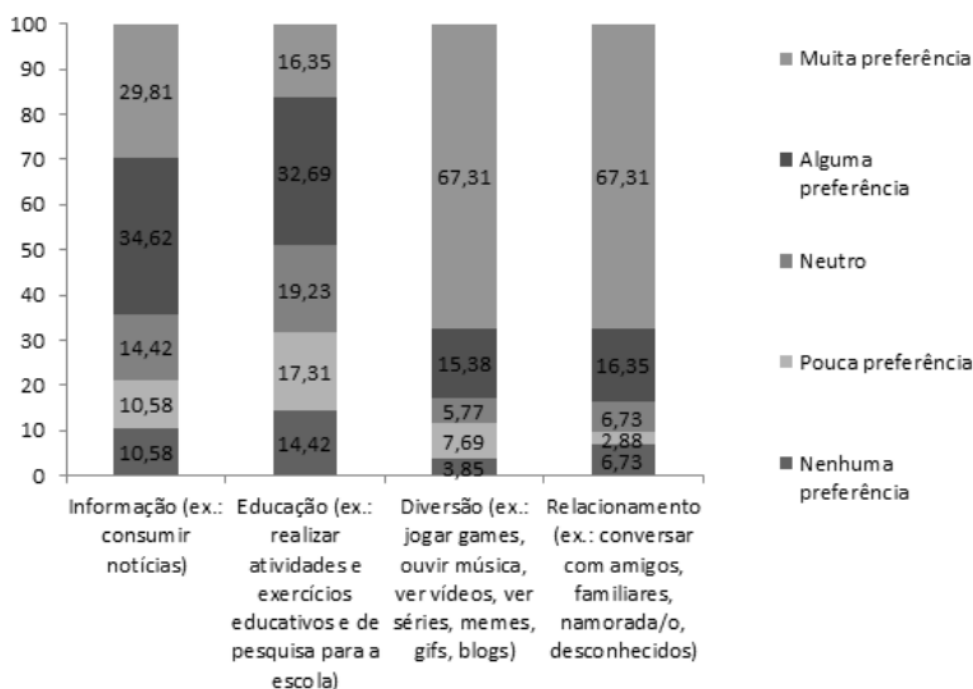
Figura 5: Preferência de conteúdos por equipamento: computador *desktop* (em %)

Fonte: Autores

Figura 6: Preferência de conteúdos por equipamento: *smartphone* (em %)

Fonte: Autores

Frequência – O *smartphone* **é** a tela por excelência para entretenimento e comunicação entre os jovens respondentes. Os indicadores de frequência, revelados pelas perguntas 5 e 6 ("Q5 - Com qual frequência você usa seu computador de mesa para acessar conteúdos de"; "Q6 - Com qual frequência você usa seu smartphone para acessar conteúdos de") mostram uma altíssima frequência de uso, o que está alinhado a diversas pesquisas recentes nesse campo (PASSARELLI e JUNQUEIRA, 2012; PASSARELLI e JUNQUEIRA, 2014; CGI.br, 2016). A Figura 7 mostra que 50% dos respondentes acessam mais de uma vez por hora seus *smartphones* quando o assunto é relacionamento e 36% diversão. Com relação ao ambiente *desktop*, cerca de 25% dos entrevistados alega utilizar o *desktop* **várias vezes no dia para entretenimento e** para conversar com outras pessoas. Destaca-se, no entanto, o uso pouco frequente para relacionamento. Diferentemente do final dos anos 90 e início dos anos 2000, em que as ferramentas de mensageiros instantâneos (como ICQ, Skype e MSN) surgiram impactando os modos de relacionamento interpessoal no ambiente *desktop*, as novas gerações parecem ter se apropriado de um novo ambiente, agora móvel, para desenvolver essas práticas relacionais.

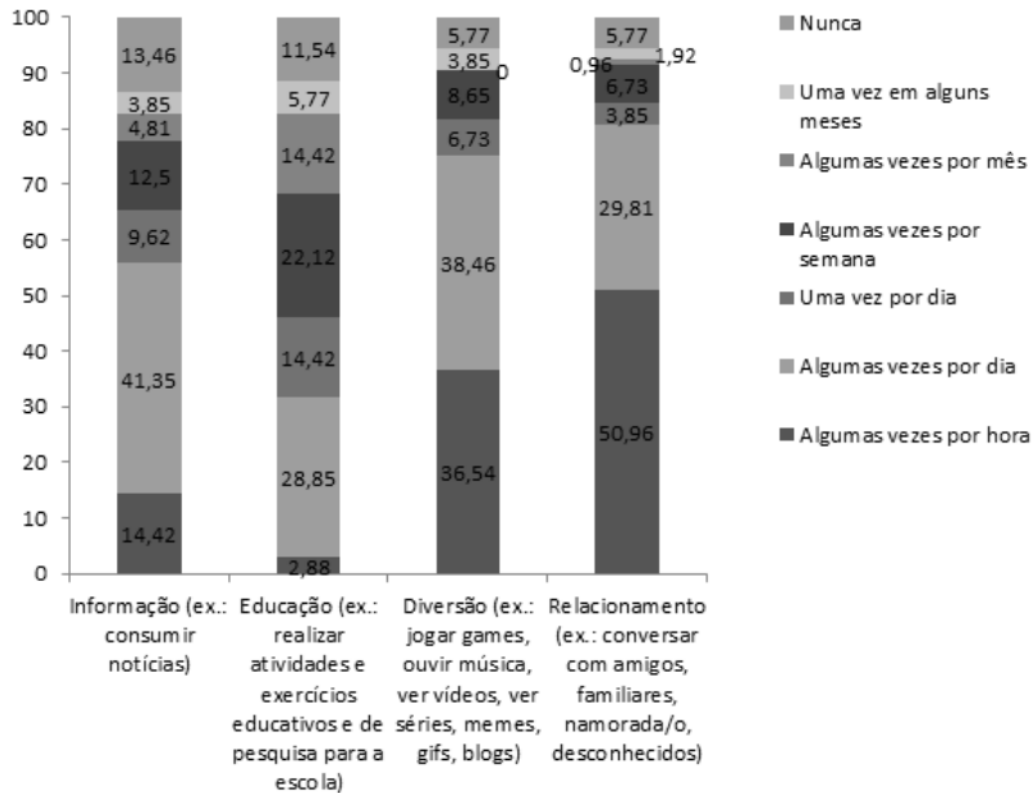
A tese da mobilização colabora na interpretação dos dados referentes à frequência de *smartphones* para informação: 8% dos respondentes disseram acompanhar notícias por computadores *desktop* algumas vezes por dia. No entanto, essa frequência é muito maior – 41% nos *smartphones*. Segundo a teoria, novas tecnologias de comunicação reduzem o custo para informação e comunicação. O acesso à informação via redes sociais ou aplicativos que colaboram com *feed* de notícias, além de facilitar o acesso, tendem a otimizar o tempo e o custo do usuário para acessar notícias em outros ambientes.

Já na categoria educação **é** maior o uso de computadores *desktop* para atividades didáticas quando o recorte temporal escolhido é "algumas vezes por mês". Quase 27% deles tendem a usar o computador para fins educativos algumas vezes por mês, diferentemente do uso no mesmo período para *smartphones*, que ficou em torno de 14%. Pode-se inferir que nas atividades educacionais o usuário tem uma frequência média com intervalo temporal mais alargado (geralmente entre algumas vezes por semana e algumas vezes por mês), em razão da natureza do uso – atividades de pesquisa semanais, estudos para provas bimestrais, etc.

Figura 7: Frequência de conteúdos por equipamento: computador *desktop* (em %)

	Informação (ex.: consumir notícias)	Educação (ex.: realizar atividades e exercícios educativos e de pesquisa para a escola)	Diversão (ex.: jogar games, ouvir música, ver vídeos, ver séries, memes, gifs, blogs)	Relacionamento (ex.: conversar com amigos, familiares, namorada/o, desconhecidos)
Nunca	28,85	21,15	27,88	34,62
Uma vez em alguns meses	14,42	14,42	9,62	13,46
Algumas vezes por mês	13,46	26,92	13,46	12,5
Algumas vezes por semana	22,12	18,27	11,54	8,65
Uma vez por dia	3,85	4,81	7,69	5,77
Algumas vezes por dia	8,65	10,58	9,62	12,5
Algumas vezes por hora	8,65	3,85	20,19	12,5

Fonte: Autores

Figura 8: Frequência de conteúdos por equipamento: *smartphone* (em %)

Fonte: Autores

Diferenças por estratos sociais – A partir do grau de concordância, presentes na questão 7 (Q7 - Indique o quanto você concorda ou discorda com cada frase), extraíram-se dados diferenciais para CB e CA, acompanhados da média geral. Ao observar a afirmação 1, presente na Tabela 1, verifica-se que os jovens entrevistados tem uma percepção marcante sobre a sua migração de um ambiente *desktop* para móvel: 60%, em média, concorda fortemente com a afirmativa "de alguns anos para cá, percebi que passei a usar mais o meu *smartphone/tablet* do que meu computador de mesa para acessar conteúdos da Internet". No entanto, ao depurarmos os dados por filtragem em estratos sociais, observa-se que os jovens pertencentes às famílias com menor renda são menos taxativos ao afirmar a sentença. Dos jovens de CB, 38,89% concordam fortemente com a afirmação, contra 51,67% dos jovens de CA. Apesar da alta taxa de penetração de *smartphones* já atestada anteriormente, há uma importante diferença de percepção entre esses dois estratos sociais. Em linhas gerais, se observadas outras afirmativas, a CA tende a ter uma relação mais intensa com os *smartphones*, seja na posse, seja na frequência e na preferência.

Com relação ao acesso à Internet, o custo que, a princípio poderia ser uma barreira, parece não ser uma questão tão fundamental para os estratos sociais de CB. Para todos os respondentes, a prioridade e preferência de uso de Internet via Wi-Fi e/ou banda larga e via dados móveis de pacote de celulares, é similar pelo Wi-Fi e/ou banda larga que são custeados ou pela família ou pelos locais por onde acessam de forma gratuita (escola, postos de programas de inclusão digital, clubes, praças, etc.). Quando a possibilidade é uso pelo pacote de dados da Internet móvel somente, os respondentes de CA tendem a ter uma tolerância ligeiramente maior quanto a seu uso (cerca de 10% a mais que a CB). Isso demonstra que, mesmo com a restrição econômica, os usuários de CB tendem a identificar grande gratificação no uso do serviço que, mesmo mais caro, promove satisfação. Para isso, parecem buscar soluções mais criativas para terem acesso e não dependerem exclusivamente do limitado pacote de dados.

Outro aspecto que se destaca das informações coletadas refere-se à experiência dos jovens pertencentes a estratos de renda mais baixos com relação aos conteúdos educativos via PC: 36,11% dos respondentes de CB, contra 20% dos de CA, consideram o computador de mesa a melhor opção para acessar atividades e exercícios educativos e de pesquisa para a escola. Esse indicativo soma-se às questões anteriores de preferência e frequência de jovens de renda mais baixa com relação aos computadores *desktop*: jovens de CA detêm maior posse, frequência e preferência por *smartphones* em todos as atividades observadas na pesquisa.

A afirmação 5, presente na Tabela 1 – "É mais fácil usar um *smartphone/tablet* para acessar a maioria dos conteúdos que preciso da Internet" – reforça essa observação. Dos respondentes de CA, 46% concorda fortemente com a frase, contra 33% dos de estratos mais baixos. Esses dados repercutem em pesquisas anteriores. Conforme a TIC Domicílios e Usuários 2015, dos indivíduos que nunca utilizaram Internet, 70% apontam que nunca utilizaram por falta de interesse e 74% por falta de habilidade com o computador. Na percepção geracional do jovem de CA, há uma tendência em se associar idade a habilidade de uso de *smartphone*: para eles, 21,67% acredita que "computador de mesa é para pessoas mais velhas. Os mais jovens preferem usar *smartphones/tablets*", contra 11,11% dos de CB.

Por fim, outro dado de interesse a ser observado refere-se à afirmação 6, da Tabela 1 – "Prefiro usar o *smartphone/tablet* ao computador de mesa porque tenho mais privacidade". Jovens de CA concordam fortemente com a frase em um índice de 40%, diferentemente dos jovens de CB, com forte concordância em 22,22% do total.

Tabela 1: Concordância e discordância por média e estratos sociais, em %

Afirmação	Sigla*	Concordo fortemente	Concordo	Neutro	Discordo	Discordo fortemente
1: De alguns anos para cá, percebi que passei a usar mais o meu *smartphone/tablet* do que meu computador de mesa para acessar conteúdos da Internet.	CB	38,89	27,78	11,11	19,44	2,78
	M	60,58	17,31	7,69	11,50	1,92
	CA	51,67	25	8,33	13,33	1,67
2: Sempre usei mais o meu *smartphone/tablet* do que meu computador de mesa para acessar conteúdos da Internet.	CB	22,28	36,11	16,67	13,89	11,11
	M	41,31	21,12	10,58	17,31	7,69
	CA	33,33	23,33	15	21,67	6,67
3: Acesso conteúdos da Internet "pesados" ou que consomem muitos dados (como vídeos e jogos) somente quando tenho acesso a um *Wi-Fi* e/ou banda larga.	CB	44,44	25	25	5,56	0
	M	49,04	26,92	16,35	6,73	0,96
	CA	45	25	20	8,33	1,67
4: Acesso conteúdos da Internet "pesados" ou que consomem muitos dados (como vídeos e jogos) mesmo com o pacote de dados da Internet móvel contratado junto à operadora do meu celular.	CB	2,78	30,56	33,33	19,44	13,89
	M	10,58	25,00	26,92	21,12	15,38
	CA	15	25	31,67	18,33	10
5: É mais fácil usar um *smartphone/tablet* para acessar a maioria dos conteúdos que preciso da Internet.	CB	33,33	33,33	16,67	13,89	2,78
	M	50,96	24,04	13,46	9,62	1,92
	CA	46,67	28,33	13,33	10	1,67
6: Prefiro usar o *smartphone/tablet* a o computador de mesa porque tenho mais privacidade.	CB	22,22	27,78	19,44	22,22	8,33
	M	46,15	14,42	19,23	11,50	7,69
	CA	40	15	21,67	15	8,33
7: Prefiro usar o computador de mesa para acessar conteúdos de diversão (ex.: jogar games, ouvir música, ver vídeos, ver séries, memes, gifs, *blogs*).	CB	33,33	16,67	25	16,67	8,33
	M	23,08	8,65	18,27	28,85	21,15
	CA	30	10	15	25	20
8: Prefiro usar o computador de mesa para acessar conteúdos de Educação (ex.: realizar atividades e exercícios educativas e de pesquisa para escola).	CB	36,11	22,22	22,22	13,89	5,56
	M	21,12	21,15	16,35	24,04	16,35
	CA	20	30	16,67	20	13,33
9: Computador de mesa é para pessoas mais velhas. Os mais jovens preferem usar *smartphones/tablets*.	CB	11,11	16,67	19,44	33,33	19,44
	M	27,88	17,31	17,31	20,19	17,31
	CA	21,67	16,67	20	18,33	23,33
10: Observo que as pessoas estão usando cada vez menos os computadores de mesa e passando a usar mais os *smartphones/tablets* para acessar os conteúdos da Internet.	CB	41,67	30,56	19,44	8,33	0,00
	M	51,92	30,77	11,54	5,77	0,00
	CA	40	41,67	10	8,33	0,00

*CB = Classe Baixa / M = Média / CA = Classe Alta

Fonte: Autores

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou, através de um levantamento de dados quantitativos, observar e relatar a recente migração de uso de mídias baseadas em ambiente *desktop* para mídias móveis. Foram consideradas como vertentes de observação a posse, ferramentas, preferência, frequência e diferenças por estratos sociais no uso e apropriação de conteúdos digitais informativos, educacionais, recreativos e relacionais entre jovens brasileiros. O púbico alvo pesquisado foram jovens em idade escolar, cursando ensino fundamental e médio em unidades privadas e públicas, moradores de São Caetano do Sul, na região metropolitana de São Paulo – região densamente urbanizada com alto índice de penetração dos dois tipos de plataformas observadas nesse estudo.

No que tange à posse, foi possível observar que *notebooks* e *smartphones* são os equipamentos predominantes junto à população pesquisada. Quando comparado com a presença de computadores de mesa, os *smartphones* são acessíveis por quase a totalidade dos respondentes, enquanto o primeiro atinge pouco mais da metade da população ouvida. Esses dados alinham-se a outras pesquisas de âmbito nacional apresentadas ao longo do artigo e que mostram como, em pouco mais de cinco anos, houve uma migração da plataforma fixa para móvel.

O indicador de ferramentas colabora na compreensão desse fenômeno: o aplicativo mais utilizado, *Whatsapp*, foi genuinamente criado como um recurso para ambientes móveis e tem sua usabilidade direcionada para a experiência *on-the-move*; o segundo mais utilizado, *Facebook*, mesmo tendo surgido em um contexto de uso predominantemente *desktop*, tem hoje sua interface adaptada para o modelo de aplicativo móvel que responde a mais da metade dos acessos mundiais à plataforma.

Com relação às preferências, os dados indicam uma forte predominância das plataformas móveis em detrimento dos PCs em variados contextos sociais, como relacionamento, diversão, informação e educação. Sobretudo nas categorias de relacionamento e diversão, ligadas a aspectos de afeição, sociabilidade e entretenimento, a maior gratificação das mídias móveis acaba por colocar em evidência a migração de plataformas. A tese da mobilização também auxilia na compreensão da maior frequência de uso dos *smartphones* para o consumo de informação – e onde os computadores *desktops* são notavelmente preteridos – já que tecnologias recentes tendem a reduzir o custo, facilitar o acesso e otimizar o tempo do usuário.

Pode-se também, observar, que os aspectos socioeconômicos influenciam na maior intensidade de uso de aplicativos de imagens (como Snapchat e Instagram) pelos entrevistados de CA, e em um menor uso de *moodle* ou ambientes educativos pelos respondentes de CB. Vale também destacar que o acesso à rede pelo celular não parece ser prejudicado pela renda, visto que diferentes infraestruturas e estratégias de acesso são usadas pelos jovens, sobretudo os de CB, para se conectar à rede.

A reboque dos resultados obtidos nesse estudo nota-se que os jovens entrevistados utilizam fortemente os *smartphones* em diferentes situações cotidianas, com ênfase em atividades de diversão e relacionamento. Informação e educação não se apresentam como atividades centrais da vida dos respondentes, embora seja válido registrar que eles consomem mais conteúdos dessas duas categorias vias plataformas móveis, em razão da facilidade e da agilidade do processo, demonstrando significativo deslocamento de plataformas *desktop* para plataformas móveis. Os dados coletados corroboram a hipótese original do trabalho e reiteram como a crescente intensidade de uso e apropriação de conteúdos digitais atua como vetor central da migração das plataformas fixas para as mídias móveis.

Artigo recebido em 31/01/2018 e aceito para publicação em 12/03/2018

CONTINUOUS CONNECTIVITY AND MOBILE ACCESS TO DIGITAL INFORMATION

ABSTRACT *In the context of the hyperconnected contemporary, the literature points out that young people tend to be informed, educated, entertained and establish relationships mediated by digital mobile media. Aiming to discuss how the recent migration of media usage based on the desktop environment to mobile devices is related to the intensity of use and appropriation of digital information, this study focuses on a set of quantitative data collected through a survey focused on elementary and middle school students living in São Caetano do Sul, metropolitan region of São Paulo (Brazil), belonging to different social strata. The results indicate that income influences the possession processes as well as the intensity of the use of image applications, such as Snapchat and Instagram, notably higher in the upper classes. In the case of educational platforms, income influences the least use for the lower classes. Young people in the lower classes are also looking for alternative solutions to connect to the Internet, such as discovering passwords from closed networks or searching for free connectivity areas.*

Keywords: *Young Brazilians. Mobile access. Digital information consumption.*

REFERÊNCIAS

ANGELUCI, A. C. B.; HUANG, G. Rethinking media displacement: the tensions between mobile media and face-to-face interaction/Repensando o deslocamento da mídia: as tensões entre as mídias móveis ea interação face-a-face. **Revista FAMECOS**, v. 22, n. 4, p. 173, 2015.

CHUA, A. Y. K.; DION, H. G.; LEE, C. S. Mobile Content Contribution and Retrieval: An Exploratory Study Using the Uses and Gratifications Paradigm. **Information Processing & Management**, v. 48, n. 1, p. 13-22, 2012.

CGI.br – COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **TIC Educação 2016 – Indicadores**. [online]. Disponível em: <http://cetic.br/pesquisa/educacao/indicadores>. Acesso em: 20 set 2016.

______. **TIC Domicílio e Usuários 2015 – Indicadores**. [online]. Disponível em: <http://cetic.br/tics/usuarios/2015/total-brasil/A12/>. Acesso em: 20 set 2016.

GRELLHESL, M.; PUNYANUNT-CARTER, Narissra M. Using the uses and gratifications theory to understand gratifications sought through text messaging practices of male and female undergraduate students. **Computers in Human Behavior**, v. 28, n. 6, p. 2175-2181, 2012.

HADDON, L. Domestication and Mobile Telephony. In: Katz, J. E. (Ed.). **Machines that become us:** The social context of personal communication technology. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers, p. 187-198, 2003.

HARTMANN, M. From Domestication to mediated mobilism. **Mobile Media & Communication**. v. 1, n. 1, p. 42-49, 2013.

HOWE, N.; STRAUSS, W. **Millennials rising:** the next great generation. New York, NY: Vintage Books, 2000.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**, 2017. [online]. Disponível em: https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/servicos/pms/default.shtm. Acesso em: 6 de março de 2018.

MAZZON, J. A.; KAMAKURA, W. A. **Estratificação socioeconômica e consumo no Brasil**. São Paulo, SP: Editora Blucher, 2016.

KATZ, J. E.; AAKHUS, M. (Eds.). **Perpetual contact:** Mobile communication, private talk, public performance. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2004.

KATZ, J. E.; CROCKER, E. T. Selfies and Photo Messaging as Visual Conversation: Reports from the United States, United Kingdom and China. **International Journal of Communication**, v. 9, p. 12, 2015.

LEUNG, L.; WEI, R. More than just talk on the move: A use-and-gratification study of the cellular phone. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, v. 77, n. 2, p. 308-320, 2000.

NORRIS, P.; INGLEHART, R. **Cosmopolitan communications:** Cultural diversity in a globalized world. NewYork, NY: Cambridge University Press, 2009.

PASSARELLI, B.; GUZZI, D.; ANGELUCI, A. C. B.; JUNQUEIRA, A.H. The Impact of Mobility in Brazilian Info Centers: Acessa SP Case Study. **American International Journal of Contemporary Research**, v. 4, p. 137-143, 2014a.

PASSARELLI, B.; JUNQUEIRA, A. H.; ANGELUCI, A. C. B. Digital natives in Brazil and their behavior in front of the screens. Matrizes. **Matrizes**, v. 8, p. 159-178, 2014b.

PASSARELLI, B.; JUNQUEIRA, A. H. **Juventude Conectada Brasil**. 1. ed. São Paulo: Fundação Telefônica, 2014. v. 1, 200p.

PASSARELLI, B.; JUNQUEIRA, A. H. **Gerações interativas Brasil** – Crianças e Adolescentes diante das telas. São Paulo: Escola do Futuro/USP, 2012.